**Research Article**

**Industrial and Organizational Psychology Studies**

**Ind Organ Psychol Stud**
**Spring & Summer 2021, 8(1), 133-150**
**DOI: 10.22055/jiops.2021.33767.1190**

**Received: 29.05.2020**
**Accepted: 13.03.2021**

# The Relationship between Emotional Intelligence and Organizational Entrepreneurship: Mediating Role of Job Engagement

**Shadi Salehi[1]***
**Leila Piri[2]**
**Hossein Shokrkon[3]**

1. MA Student of Industrial and Organizational Psychology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. Assistant Professor, Department of Ergonomics, Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran
3. Professor, Department of Industrial and Organizational Psychology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

**Citation:** Salehi Sh., Piri, L., & Shokrkon, H. (2021). The relationship between emotional intelligence and organizational entrepreneurship: mediating role of job engagement. *Industrial and Organizational Psychology Studies, 8*(1), 133-150.

## Abstract

### Introduction

Today, organizational entrepreneurship is rapidly becoming a competitive advantage for organizations. The aim of present study was to investigate the relationship between emotional intelligence and organizational entrepreneurship with the mediating role of job engagement.

* **Corresponding Author:** Shadi Salehi
**Email:** shadi.salehi@yahoo.com

© 2021 The Author(s). Published by Shahid Chamran University of Ahvaz. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## Method

The statistical population of the study consisted of 1100 employees of the Iranian Offshore Oil Company (IOOC). The research sample comprised 285 employees selected through a stratified random sampling method. The research instruments included Work Motivation, Organizational Entrepreneurship, and Emotional Intelligence questionnaires. Convergent and divergent validity coefficients were used to evaluate the validity of the questionnaires. The reliability of the questionnaires was calculated using Cronbach's alpha coefficient. PLS software and structural equation modeling were used for data analysis.

## Results

The results confirmed the positive relationships of emotional intelligence with organizational entrepreneurship and job engagement, and the relationship between organizational entrepreneurship and job engagement. The results also showed that the indirect effect of organizational entrepreneurship on emotional intelligence through work engagement is greater than its direct effect, so it can be concluded that there is a relationship between organizational entrepreneurship and emotional intelligence under the influence of work engagement in employees.

## Discussion

According to the research results, managers should provide the necessary conditions for organizational entrepreneurship with more and more attention to the job engagement of the employees.


**Keywords:** Emotional intelligence, organizational entrepreneurship, job engagement

**مقاله پژوهشی**

**مطالعات روان‌شناسی صنعتی و سازمانی**

**بهار و تابستان ۱۴۰۰، ۸(۱)، ۱۵۰-۱۳۳**
**DOI: 10.22055/jiops.2021.33767.1190**

**تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۰۹**
**تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۲۳**

# رابطه هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی: نقش میانجی اشتیاق شغلی

**شادی صالحی[۱]***
**لیلا پیری[۲]**
**حسین شکرکن[۳]**

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استادیار، گروه ارگونومی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران
۳. استاد گروه روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

## چکیده

امروزه کارآفرینی سازمانی به سرعت در حال تبدیل شدن به یک سلاح قدرتمند برای بسیاری از سازمان‌ها به‌منظور ایجاد مزیت رقابتی می‌باشد. پژوهش حاضر به بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با توجه به نقش میانجی اشتیاق شغلی پرداخته است. این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. کلیه کارکنان شرکت نفت فلات قاره ایران به تعداد ۱۱۰۰ نفر جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند که ۲۸۵ نفر از آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه‌های استاندارد اشتیاق شغلی سلانوا و شافلی، کارآفرینی سازمانی مارگاریت هیل و هوش هیجانی افزلور و ماینورس بود. برای بررسی روایی پرسشنامه‌ها از ضرایب روایی همگرا و واگرا استفاده شد. پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از الگویابی معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت- PLS استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که بین هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی و اشتیاق شغلی رابطه وجود دارد. بین کارآفرینی سازمانی و اشتیاق شغلی نیز

* **نویسنده مسئول:** شادی صالحی
**رایانامه:** shadi.salehi@yahoo.com

رابطه معنی‌دار بود. همچنین، نتایج نشان داد که رابطه غیرمستقیم کارآفرینی سازمانی از طریق اشتیاق شغلی با هوش هیجانی از رابطه مستقیم آن بیشتر است. لذا می‌توان نتیجه گیری کرد که با توجه به رابطه هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی و با در نظر گرفتن تأیید نقش واسطه‌ای اشتیاق شغلی، مدیران می‌توانند با توجه هرچه بیشتر به اشتیاق شغلی کارکنان شرایط لازم را برای کارآفرینی سازمانی فراهم سازند.

**کلیدواژگان**: هوش هیجانی، کارآفرینی سازمانی، اشتیاق شغلی

## مقدمه

از نظر بسیاری از کارشناسان اقتصادی، کارآفرینی به‌عنوان موتور محرکه اقتصادی، نقش‌های فراوان و متفاوتی را در جامعه ایفا می‌کند و مبنای تمام تحولات و پیشرفت‌های بشری به شمار می‌آید. کارآفرینی به‌عنوان راهبرد مناسب برای ارتقاء بهره‌وری و توسعه سازمان تلقی می‌شود و متفکران سازمان و مدیریت بر این باورند که کارآفرینی موجب ارتقاء بهره‌وری در سطوح مختلف فردی، گروهی، سازمانی، ملی و بین‌المللی می‌شود که این امر نیاز به بستری مناسب در سازمان دارد. لذا در دنیای در حال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع وسازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی و سازمانی خود رابطه معنی‌داری برقرار سازند. عنصر کارآفرینی سازمانی از یک سو به‌عنوان موتور محرکه تولید و توسعه سازمانی و از سوی دیگر، پرورش‌دهنده و تقویت‌کننده بهره‌وری در نیروی انسانی تلقی می‌شود. نیاز شرکت‌ها به فعالیت‌های کارآفرینانه از این عامل ناشی می‌شود که آن‌ها در یک محیط بسیار پویا و پیچیده فعالیت می‌کنند که دارای ویژگی‌های تغییرات سریع، اساسی و گسسته می‌باشد که نشانگر تمایل کارکنان و الزام آن‌ها به فعالیت‌های کارآفرینانه است (Norouzi et al., 2012).

بررسی مبانی نظری و پیشینهٔ تحقیق بیانگر این است که کارآفرینی می‌تواند تحت تأثیر عوامل متعددی قرار گیرد. یافته‌های Zampetakis et al. (2009) بیانگر این است که هوش هیجانی فرایندی ادراکی است و افرادی که هوش هیجانی بالایی دارند، به داشتن حالت عاطفی بالا، خلاقیت و پیشگامی در امور، گرایش دارند، بنابراین رفتارهای کارآفرینانه را آسان می‌کنند.

هوش هیجانی توانایی درک هیجان‌ها و عواطف خود و دیگران است تا بتوان با بکارگیری آن‌ها در محیط کار ارتباط مؤثرتری با دیگران ایجاد نمود (Aghayar & Sharifi Daradi, 2007). هوش

هیجانی شامل این مؤلفه‌ها می‌باشد: خودآگاهی (self-awareness): توانایی درک احساسات و نقاط قوت و ضعف خود (Rezaian & Keshtegar, 2008). خودآگاهی یا تشخیص احساس در همان زمان که در حال وقوع است، بخش مهم و کلیدی هوش هیجانی را تشکیل می‌دهد. توانایی کنترل و اداره لحظه‌به لحظه احساس‌ها نشان از درک خویشتن و بصیرت روان شناسانه دارد (Mokhtaripour, 2005). خودکنترلی (خودمدیریتی) (self-control/self-management): می‌توان خود کنترلی را مراقبتی درونی دانست که براساس آن وظایف محول‌شده انجام و رفتارهای ناهنجار و غیرقانونی ترک می‌گردد بی‌آنکه نظارت و یا کنترل خارجی در بین بوده باشد (Yarahmadi et al., 2016). خودانگیزی (خودانگیختگی) (spontaneous): این معیار شامل مؤلفه‌های هدایت موفقیت یا تلاش برای بهبود اوضاع، تعهد و همسو بودن با اهداف گروه یا سازمان، قوهٔ ابتکار و پافشاری در پیگیری اهداف است (Faizi & Abedini, 2010). مهارت اجتماعی (social skills): به رفتارهای آموخته‌شده و مقبول جامعه اطلاق می‌شود، رفتارهایی که شخص می‌تواند با دیگران به نحوی ارتباط متقابل برقرار کند که به بروز پاسخ‌های مثبت و پرهیز از پاسخ‌های منفی بیانجامد (Yarahmadi et al., 2016).

مهارت‌های هوش هیجانی در موفقیت شغلی و ایفای مسئولیت‌های حساس، بسیار مهم تلقی می‌شوند. امروزه در مدیریت منابع انسانی، یکی از موضوعات مورد توجه، تأمین نیازهای کارکنان در جهت ایجاد انگیزه و شور و شوق کاری، برای بالابردن کیفیت کار آنان و بهره‌گیری هرچه بیشتر از نیروی انسانی در سازمان می‌باشد.

Kahn (1990) اولین کسی بود که مفهوم اشتیاق شغلی را وارد محیط‌های کار کرد. او اشتیاق شغلی را استفاده از تمام وجود خویش در ایفای نقش‌های کاری تعریف می‌کند. ( Ahesteh et al., 2018). اشتیاق شغلی که میزان اشتیاق و دلبستگی و درگیری مطلوب با شغل است، به تعبیری دیگر، از نظر (Bakker & Leiter, 2010) حالتی از سلامت شغلی است که مثبت، خشنودکننده و برانگیزاننده می‌باشد و بر این اساس کارکنان مشتاق انرژی زیادی داشته و بیشتر درگیر شغل می‌شوند (Safarzadeh et al., 2012). اشتیاق شغلی شامل سه مؤلفه است که عبارتند از:

۱- جذب: به میزان تمرکز و غرق شدن فرد در کارش اشاره دارد، که این امر کناره‌گیری از شغل را برای فرد دشوار می‌سازد (Zia al-Dini & Ramezani Ghomabadi, 2013).

۲- شوق به کار: در این بعد، فرد تلاش قابل ملاحظه‌ای را به انجام کار خویش اختصاص می‌دهد و بر موقعیت‌های دشوار، پافشاری می‌نماید. این کارکنان هنگامی‌که با مشکلی مواجه

شوند، مقاومت بیشتری از خود نشان می‌دهند (Taghipour, 1999).

۳- وقف: این بعد با درگیری شدید روانی کارمند با کار خود، مشخص می‌شود که ترکیبی از معنی‌داری، اشتیاق و چالش می‌باشد.

مرور تحقیقات انجام‌شده در مورد هوش هیجانی نشان می‌دهد که کاربرد مؤثر آن در محیط کار نتایج مهمی در ارتقاء بهره‌وری، افزایش رضایتمندی کارکنان و مشتریان و عملکرد بهتر تیم و گروه و اثربخشی سازمانی دارد. Goleman (2004) در زمینه مدل‌های شایستگی برای ۱۸۱موقعیت شغلی متفاوت از ۱۲۱سازمان در نقاط مختلف جهان نشان داد که مدیران سازمان‌ها چه چیزهایی را برای برتری و تعالی در مشاغل خاص مورد تأکید قرار داده‌اند. وی نشان داد که ٦۷ درصد از توانایی‌های ضروری برای عملکرد مؤثر، شایستگی‌های هیجانی بودند. شایستگی هیجانی آن نوع از توانایی‌های آموخته‌شده‌اند که بر هوش هیجانی استوار است و زمانی به وجودمی‌آید که فرد سطح قابل قبولی از موفقیت را کسب کرده باشد. Kashif et al. (2015) به بررسی رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی پرداختند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌ای که بین ۳۰۰ نفر نمونه پخش شد استفاده کردند نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS نشان داد که بین کارآفرینی و تمامی پنج بعد هوش هیجانی، از جمله درون‌فردی، بین‌فردی، خلق و خوی، کنترل ضربه و سازگاری رابطه معنی‌داری وجود دارد (Mortan et al., 2014)

در تحقیقی به بررسی تأثیر هوش هیجانی بر قصد کارآفرینی و خود کارامدی. افسردگی و اضطراب پرداخته و با استفاده از نمونه‌ای از ۳۹٤ شرکت‌کننده، با استفاده از تجزیه و تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی چندگانه، نقش میانجی خود کارآمدی در رابطه بین ابعاد هوش هیجانی و قصد کارآفرینی را مورد آزمایش قرار دادند. نتایج حاصل نشان داد که دو بعد هوش هیجانی، تنظیم و استفاده از احساسات، به طور مثبت بر خود کارامدی و کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. Hadizadeh Moghadam et al. (2010) در مطالعه‌ای تحت عنوان بررسی ارتباط هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه، به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و قوی بین هوش هیجانی و گرایش کارآفرینانه وجود دارد. Fazel and Kamalian (2011) در مطالعه‌ای رابطه بین هوش هیجانی و میزان کارآفرینی و هم‌چنین مقایسه‌ی هوش هیجانی از منظر میزان کارآفرینی در بین دانشجویان را بررسی کردند و نتایج این پژوهش نشان داد که بین هوش هیجانی و کارآفرینی همبستگی مثبت وجود دارد. هم‌چنین وضعیت هوش هیجانی بسته به میزان کارآفرینی دانشجویان متفاوت بوده و هر چه که دانشجویان از نظر کارآفرینی در وضعیت بهتری قرار داشته باشند، از هوش هیجانی

بالاتری نیز برخوردار خواهند بود. (Safarzadeh et al., 2012) در تحقیق خود تحت عنوان رابطه سلامت سازمانی، اشتیاق شغلی و جو سازمانی نوآورانه با توانمندسازی روان‌شناختی به این نتیجه رسیدند بین سلامت سازمانی، اشتیاق شغلی و جو سازمانی نوآورانه با توانمندسازی روان‌شناختی رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد. Aulia (2016) در تحقیق خود تحت عنوان هوش هیجانی، تعامل کاری و تعهد سازمانی پرسنل دانشکده روان‌شناسی ارتش اندونزی نشان داد که بین هوش هیجانی و اشتیاق شغلی و تعهد سازمانی ارتباط وجود دارد.

در بخش قبلی تحقیقات مختلفی که در مورد ارتباط متغیر هوش هیجانی با متغیرهای مختلف از جمله کارآفرینی سازمانی و اشتیاق شغلی بود ارائه شد نتایج تحقیقات مختلف حاکی از ارتباط مثبت بین هوش هیجانی، اشتیاق شغلی و کارآفرینی سازمانی داشت. در تحقیق حاضر الگویی از رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با لحاظ کردن اشتیاق شغلی به‌عنوان متغیر میانجی طراحی گردیده که در شکل ۱ ارائه شده است.

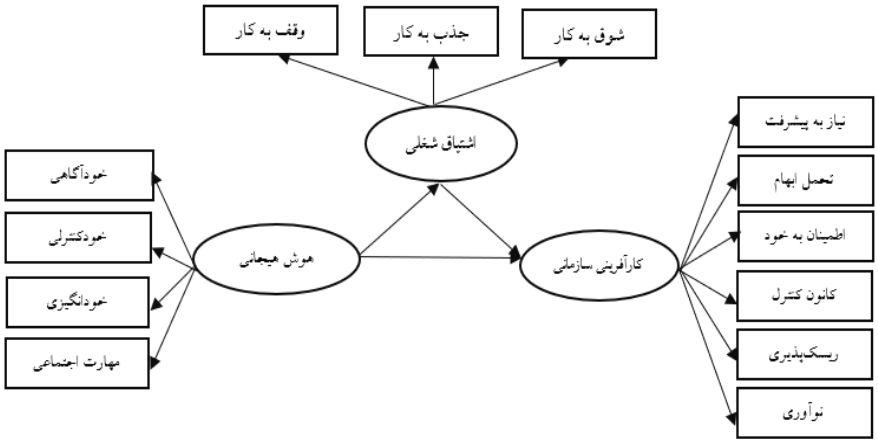



**Figure 1. The proposed model of the present study**

## روش

### جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

طرح پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی از طریق الگویابی معادلات ساختاری با

استفاده نرم‌افزار اسمارت- $PLS$ است. جامعه آماری این تحقیق ۱۱۰۰ نفر از کارکنان خدمات، عملیات دریایی و عملیات خشکی شرکت نفت فلات قاره ایران هستند که در منطقه عملیاتی لاوان مشغول به کار بودند، با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای ۲۸۵ نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند.

## ابزار پژوهش

در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه خودگزارشی استفاده شده است. پرسش‌نامه‌های بکار گرفته شده در این تحقیق به‌ترتیب اشتیاق شغلی به وسیله سؤالات ۱۷ ماده‌ای که توسط Schaufeli et al. (2001) ساخته شده و دارای سه بُعد نیرومندی (٦ ماده)، وقف (۵ ماده) و جذب (٦ ماده) می‌باشد، هوش هیجانی کارکنان از پرسش‌نامه استاندارد (Rahim & Minors, 2003) استفاده شد که مبتنی بر الگوی Goleman طراحی گردیده است و ابعاد خودآگاهی، خودمدیریتی، خودانگیختگی و مهارت اجتماعی را می‌سنجد و دارای ۳۳ سؤال می‌باشد و درنهایت پرسش‌نامه کارآفرینی Hill (2003) است که با ٤۸ گویه در ٦ مؤلفه (نیاز به پیشرفت، تحمل ابهام، اطمینان به خود، کانون کنترل، ریسک‌پذیری و نوآوری) سطح کارآفرینی را در فرد مورد مطالعه قرار می‌دهد.

ضریب پایایی با استفاده از آلفای کرونباخ برای متغیرهای نیاز به پیشرفت ۰/۸۵، تحمل ابهام ۰/۷۸، اطمینان به خود ۰/۸۰، کانون کنترل ۰/۸۳، ریسک‌پذیری ۰/۷۵، نوآوری ۰/۸۹، شوق داشتن به کار ۰/۸۸، جذب کار شدن ۰/۸۰، وقف کار شدن ۰/۷۸، خودآگاهی ۰/۸۸، خودمدیریتی ۰/۷۹، خودانگیختگی ۰/۸٤ و مهارت‌اجتماعی ۰/۸۳ در پژوهش حاضر به‌دست‌آمد. به علاوه روایی همگرا برای متغیرهای اشتیاق شغلی، هوش هیجان و کارآفرینی سازمانی به‌ترتیب ۰/٦٤، ۰/۵۹ و ۰/۵۲ به‌دست‌آمد. روایی واگرا نیز در جدول ۱ نشان داده شده است.

**Table 1. Divergent validity review**

| | Work engagement | Emotional intelligence | Organizational entrepreneurship |
|---|---|---|---|
| Work engagement | 0.63 | - | - |
| Emotional intelligence | 0.39 | 0.69 | - |
| Organizational entrepreneurship | 0.31 | 0.37 | 0.84 |

## یافته‌ها

یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین و انحراف معیار متغیرها در جدول ۲ نشان داده شده است.

**Table 2. Descriptive findings**

| Variables | Mean | SD | Max | Min | Skewness | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Statistics | Error |
| Need for achievement | 12.96 | 1.423 | 16.00 | 10.00 | 0.34- | 0.14 |
| Tolerance of ambiguity | 7.15 | 1.109 | 10.00 | 5.00 | 0.57- | 0.14 |
| Self-confidence | 12.61 | 1.521 | 15.00 | 9.00 | 0.34- | 0.15 |
| Locus of Control | 8.06 | 1.341 | 10.00 | 6.00 | 0.07- | 0.14 |
| Risk taking | 10.35 | 1.220 | 13.00 | 6.00 | 0.10- | 0.15 |
| Innovation | 16.85 | 3.808 | 22.00 | 10.00 | 0.53- | 0.14 |
| Entrepreneurship | 68.03 | 6.361 | 79.00 | 53.00 | 0.36- | 0.15 |
| Eager to work | 5.77 | 1.358 | 8.00 | 3.00 | 0.29- | 0.14 |
| Absorption | 33.01 | 4.987 | 41.00 | 23.00 | 0.40- | 0.15 |
| Dedication | 6.57 | 1.393 | 8.00 | 3.00 | 1.20- | 0.14 |
| Work engagement | 45.37 | 6.791 | 56.00 | 30.00 | 0.36- | 0.15 |
| Self-awareness | 32.88 | 5.148 | 00/41 | 18.00 | 0.48- | 0.15 |
| Spontaneity | 8.24 | 1.468 | 13.00 | 16.00 | 0.02 | 0.14 |
| self management | 9.82 | 1.587 | 13.00 | 6.00 | 0.47- | 0.15 |
| Social skill | 10.34 | 1.224 | 13.00 | 6.00 | 0.10- | 0.15 |
| Emotional intelligence | 61.23 | 6.648 | 76.00 | 44.00 | 0.21- | 0.15 |

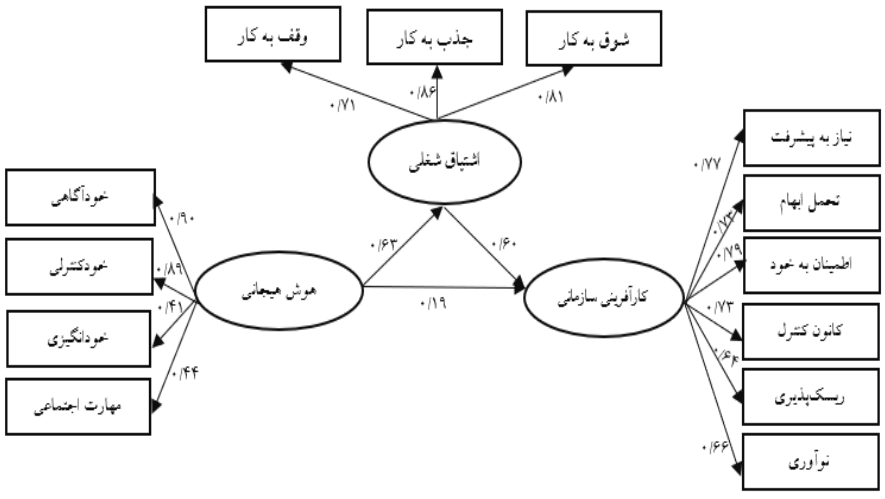



**Figure 2. Model in standard coefficients mode**

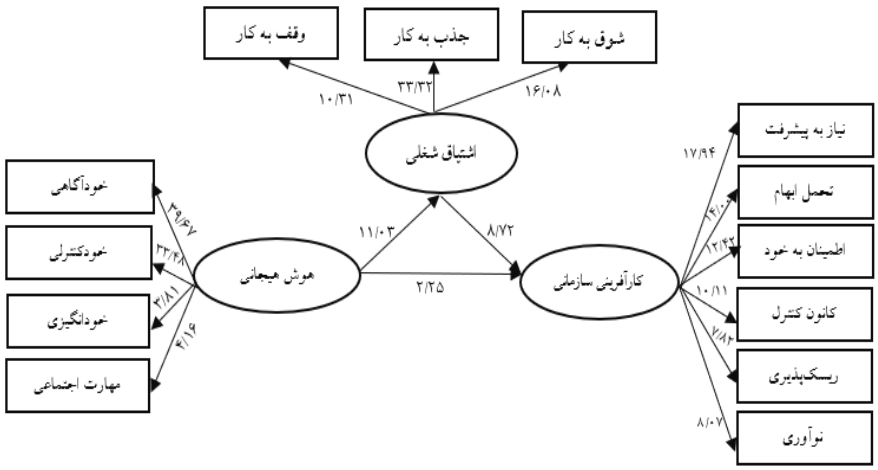



**Figure 3. Model in significant mode**

همان‌طور که در شکل ۳ مشاهده می‌گردد تمام ضریب‌های مستقیم معنی‌دار هستند. افزون بر آن یک فرض زیربنایی الگوی پیشنهادی وجود مسیر واسطه‌ای که این رابطه با استفاده از روش بوت‌استرپ بررسی شد که در ادامه نتایج حاصل ارائه شده است.

**Table 3. The standard coefficients and T-value of direct and indirect effect**

| Variable | Direct impact | T-value | Indirect impact |
|---|---|---|---|
| Work engagement → Emotional intelligence | 0.63 | 11.03 | - |
| Organizational entrepreneurship → Work engagement | 0.60 | 8.72 | - |
| Emotional intelligence → Organizational entrepreneurship | 0.19 | 2.25 | 0.60=0.38*0.63 |

همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، اثرات مستقیم هوش هیجانی بر اشتیاق شغلی، کارآفرینی سازمانی بر اشتیاق شغلی و هوش هیجانی بر کارآفرینی سازمانی، با توجه به اینکه آماره t بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد، معنی‌دار می‌باشند. همچنین، تأثیر غیرمستقیم هوش هیجانی بر روی کارآفرینی سازمانی از طریق اشتیاق شغلی از تأثیر مستقیم آن بیشتر است (۰/۱۹ ≤۰/۳۸). لذا

می‌توان نتیجه‌گیری نمود که بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با میانجی‌گری اشتیاق شغلی در کارکنان رابطه وجود دارد.

**معیار برازش مدل کلی**

مدل کلی *PLS* شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری است و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برازش مدل کلی با استفاده از شاخص نیکویی برازش (Goodness of Fit) مورد بررسی قرار می‌گیرد که حدود آن بین صفر تا یک است و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این معیار معرفی شده است. مقدار این شاخص از مجذور حاصلضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی (*Communality*) و متوسط ضریب تعیین ($R^2$) به دست می‌آید.

با توجه به نتایج جدول ٤، مدل کلی پژوهش حاضر با توجه به مقدار شاخص نیکویی برازش (*GoF*= ۰/۵۳)، از برازش قوی و بسیار خوبی برخوردار است.

**Table 4. The fit of general model**

| | Emotional intelligence | Work engagement | Organizational entrepreneurship |
|---|---|---|---|
| Communalities | 0.59 | 0.64 | 0.53 |
| R Square | - | 0.40 | 0.54 |
| GoF= $\sqrt{\overline{\text{Communality}} \times \overline{R^2}}$ = | | $\sqrt{0.59 \times 0.47}$ | = 0/53 |

## بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر رابطه هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی و نقش میانجی اشتیاق شغلی در کارکنان شرکت نفت فلات قاره ایران انجام شد.

**بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با میانجی‌گری اشتیاق شغلی در کارکنان رابطه وجود دارد.**

تأثیر غیرمستقیم متغیر هوش هیجانی از طریق اشتیاق شغلی بر روی کارافرینی سازمانی از تأثیر مستقیم آن بیشتر است لذا می‌توان نتیجه‌گیری نمود که بین هوش هیجانی و کارآفرینی

سازمانی تحت تأثیر اشتیاق شغلی در کارکنان رابطه وجود دارد. برای هر مدیری در سازمان آگاهی از مسئله انگیزش کارکنان، که در واقع پی جویی علت و سبب حرکت و رفتارهای اعضا و افراد سازمان است، ضرورت تام دارد. کنکاش در مسئله اشتیاق و انگیزش، پاسخ چراهای رفتار آدمی است این پرسش‌ها و بسیاری دیگر همه با موضوع اشتیاق در ارتباط هستند و پاسخ به آن‌ها در اشتیاق‌های کارکنان خلاصه می‌شود. اهمیت اشتیاق شغلی در کیفیت کار کارکنان به خوبی ثبت شده است. اشتیاق شغلی به‌طور قابل توجهی توسط هوش هیجانی پیش‌بینی می‌شود. هوش هیجانی در سازمان‌های امروزی سبب انگیزه کارمندان می‌گردد و باعث انرژی کارکنان می‌گردد هم‌چنین مدیران از کارکنانی که اشتیاق شغلی بالایی دارند، انتظار کار خلاقانه، ابتکار و مسئولیت رشد شخصی را دارند.

**بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.**

نتیجه به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که با توجه به این‌که سطح معنی‌داری در این آزمون کوچک‌تر از پنج صدم شده است بنابراین می‌توان گفت که بین هوش هیجانی و کارافرینی رابطه وجود دارد و این ارتباط مثبت و مستقیم می‌باشد. Porkiani et al. (2015) در تحقیق خود نشان دادند که بین کارآفرینی سازمانی و هوش هیجانی رابطه وجود دارد که نتایج حاصل به نتایج این تحقیق نزدیک بوده و آن را مورد تأیید قرار می‌دهد. Mortan et al., (2014) در تحقیق خود نشان دادند که دو بعد هوش هیجانی، تنظیم و استفاده از احساسات، به طور مثبت بر خود کارامدی و کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. محقق نیز در تحقیق خود نشان داد که بین کارافرینی سازمانی و هوش هیجانی رابطه وجود دارد. Kashif et al. (2015) رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی را مورد بررسی و مورد تأیید قرار دادند که نتایج حاصل با نتایج این تحقیق مطابقت دارد. سازمان‌ها برای بقاء در عصر رقابت، به لحاظ مؤلفه‌هایی مانند نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی هم در امور پرسنلی و منابع انسانی و هم در زمینه ساختار و فرایندها ملزم هستند. افزایش تمایل کارکنان به عمل کارآفرینانه برای سازمان‌ها، به جهت ایجاد دانش جدید و تبدیل آن به محصولات و خدمات جدید و به‌منظور رقابت در جهت کسب فرصت‌های بهره‌ور ضروری است. در واقع سازمان‌ها بدون داشتن افرادی که فکر کارآفرینانه داشته باشند رو به نابودی خواهد رفت. بنابراین تحقیقات کارآفرینی باید به سمت و سویی سوق داده شود

که این گرایش را در کارکنان مورد بررسی قرار دهد و عوامل تأثیرگذار بر آن مورد آزمون قرار گیرد. در این راستا از میان عوامل مختلفی که موجب تقویت یا کاهش این میل می‌شد و بر میزان گرایش کارکنان به کارآفرینی تأثیرگذار بود، هوش هیجانی می‌باشد هوش هیجانی توانایی کنترل تمایلات عاطفی و هیجانی، درک احساسات دیگران، خویشتنداری، شور، اشتیاق و پشتکار است که مؤثر بر موفقیت شغلی افراد می‌باشد.

**بین اشتیاق شغلی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.**

نتیجه به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که با توجه به این‌که سطح معنی‌داری در این آزمون کوچک‌تر از پنج صدم شده است بنابراین می‌توان گفت که بین اشتیاق شغلی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد و این ارتباط مثبت و مستقیم می‌باشد. کارآفرینی سازمانی بحثی نو می‌باشد و اهمیت آن در رشد و توسعه سازمان‌ها روز به روز برای مدیران وکارکنان و صاحبان قدرت روشن‌تر می‌شود.اگر برنامه‌ریزان، تصمیم‌گیرندگان و کارکنان سازمان کارآفرین باشند، فرصت‌های اقتصادی را بهتر درک کرده و قادرند از منابع موجود به منظور نوآوری استفاده بیشتری نمایند و در نتیجه سریع‌تر رشد کرده و در صحنه رقابت بیشتر دوام آورند. بنابراین به منظور تحقق این امر باید فعالیت‌های کارآفرینانه را در ست تا زمان‌ها ترویج داد و روحیه کارآفرینی را در تصمیم‌گیرندگان و کارکنان سازمان پرورش داد و درنهایت محیطی کارآفرینانه را در سازمان حاکم کرد. این امر مستلزم شناخت تبیین و تشریح مفهوم و فرآیند کارآفرینی سازمانی است. Safarzadeh et al. (2012) در تحقیق خود نشان دادند که بین جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی رابطه وجود دارد که محقق نیز در تحقیق خود نشان داد که اشتیاق شغلی با کارافرینی سازمانی رابطه دارد که نتایج حاصل به نتایج این تحقیق نزدیک است.

**بین هوش هیجانی و اشتیاق شغلی رابطه وجود دارد.**

نتیجه به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که با توجه به این‌که سطح معنی‌داری در این آزمون کوچک‌تر از پنج صدم شده است بنابراین می‌توان گفت که بین هوش هیجانی و اشتیاق شغلی رابطه وجود دارد و این رابطه مثبت و مستقیم می‌باشد. نقش هوش هیجانی درمحیط کار، نقش

مهمی است. شناسایی هیجان‌ها موجب کسب آگاهی نسبت به آن‌ها شده، زمینه درک صحیح هیجان‌های دیگران را فراهم می‌نماید. کاربرد هیجان‌ها موجب تولید عقاید، بروز یک احساس یا تقویت روح همکاری گروهی را فراهم می‌آورد و بالاخره درک و فهم هیجان‌ها موجب کسب بینش نسبت به انگیزه‌های افراد شده، ما را نسبت به نقطه نظر و دیدگاه‌های دیگران آگاه تر می‌نماید. درنهایت، مدیریت هیجان‌ها به ما اجازه می‌دهد تا هیجان‌های خود را بپذیریم و از اطلاعات ارزشمند به دست آمده به صورت سازنده‌ای استفاده می‌شود. هیجان‌های مثبت مانند برانگیختگی یا اشتیاق می‌تواند فرد را برای ایجاد خدمات بهتر به ارباب رجوع و تکمیل وظیفه کاری خود یا مشارکت در سازماندهی تحریک کند. از سوی دیگر، هیجان‌های منفی مانند اضطراب، توانایی تمرکز کارمند را بر فعالیت‌های شغلی تسهیل می‌کند. نتایج حاصل با نتایج تحقیق Aulia (2016) مبنی بر ارتباط بین هوش هیجانی و اشتیاق شغلی همسو می‌باشد.

با توجه به نتایج تحقیق محققین به ارائه پشنهاداتی پرداخته است:

– با توجه به نقش اساسی مدیران ارشد در مهیا کردن زمینه‌های کارآفرینی سازمانی از قبیل تفویض اختیار، برقراری روابط کاری انعطاف‌پذیر، ایجاد فرهنگ سازمانی مناسب کارآفرینی و .... پیشنهاد می‌شود که سازمان از هوش هیجانی به‌عنوان شاخصی برای ارتقاء کارکنان و جانشینی کارکنان ارشد استفاده نماید و هوش هیجانی افرادی که کاندید ارتقا هستند را مورد سنجش قرار دهند.

– با توجه به این که هوش هیجانی قابل آموزش و بهبود و ارتقاء است سازمان‌ها باید دوره‌های آموزشی برای آموزش و تقویت هوش هیجانی کارکنان خود برقرار نمایند.

– مدیران سازمان در مرحله اول هنگام گزینش‌های ابتدایی، سنجش هوش هیجانی افراد را حتما مد نظر قرار داد.

– پیشنهاد می‌گردد افراد را بر اساس میزان هوش هیجانی آن‌ها در سمت‌های مختلف سازمانی استخدام کرد.

– لازم است با افزایش سطح آگاهی افراد از مزایا و و قابلیت‌هایی که برخورداری از هوش هیجانی در سازمان به دنبال دارد، آن‌ها را در تقویت این مهارت ترغیب کرد.

– برای بالا بردن سطح آگاهی مدیران از اهمیت و تأثیر هوش هیجانی در سازمان با استفاده از تحقیقات انجام‌شده، پیشنهاد می‌شود کارگاه‌های آموزشی با رویکرد ارتقای هوش هیجانی کارکنان برگزار گردد.

– مشترک بودن اتاق کار همکاران و در کنار هم قراردادن آن‌ها، به ایجاد شبکه‌های ارتباطی کمک می‌کند.

– تربیت کارکنان کارآفرین با تقویت خودکنترلی در ایشان؛ افزایش روحیه خطرپذیری؛ تقویت حس استقلال کارکنان با واگذاری برخی اختیارات به آن‌ها؛ تشویق کارکنان به ارایه ایده‌های خلاق؛ افزایش روحیه تحمل شرایط عدم اطمینان در کارکنان؛ افزایش روحیه مسئولیت‌پذیری وتقویت بصیرت و دوراندیشی در کارکنان پیشنهاد می‌شود.

– سازمان‌ها با کاهش پیچیدگی و لایه‌های تصمیم‌گیرنده برای تسهیل روند نوآوری، خلاقیت و خطرپذیری؛ توسعه و تقویت تیم‌ها؛ ایجاد تناسب بین اختیارات و وظایف در دنیای رقابت موفق ترند.

– بهبود فرایندهای کارآفرینانه با تهیه برنامه‌های اصلاح روش‌های کاری اختصاصی و مشترک با توجه به هوش هیجانی کارکنان کارآمدتر خواهد بود.

– حضور کارکنان آموزش‌دیده و کارآمد متناسب با اهداف سازمان و هوش هیجانی کارکنان، سرعت و دقت در بازار رقابت و جذب مشتریان را برای آن سازمان بیشتر خواهد کرد.

همانند بسیاری از تحقیقات، اجرای این تحقیق نیز با موانع و محدودیت‌هایی همراه بود، از آنجا که این پژوهش در یک سازمان انجام شده است، بایستی در تعمیم نتایج به مشاغل دیگر، محتاطانه عمل نمود. از دیگر محدودیت‌های تحقیق می‌توان به محدودیت‌های پرسش‌نامه و استفاده از آن به‌عنوان ابزار سنجش و کمی‌کردن نکات کیفی مرتبط با فرضیه‌های تحقیق اشاره کرد.

## تشکر و قدردانی

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از تمامی کارکنان شرکت نفت فلات قاره ایران که در این پژوهش ما را یاری رساند، تشکر و قدردانی گردد.

## تضاد منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

## References


Aghayar., S., & Sharifi Daradi, P. (2007) *Emotional intelligence: The application of emotional intelligence in the realm of emotion.* Isfahan: Sepahan Beheshti Publications. (Persian)

Ahesteh, S., Ghashghaizadeh, N., & Afrazi, S. A. (2018). The Relationship between Psychological Capital and Job Engagement in Teachers. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, *4*(2), 59-74. (Persian)

Aulia, A. (2016). Emotional intelligence, work engagement, and organizational commitment of indonesian army personnel. *ANIMA Indonesian Psychological Journal*, *31*(3), 124-131.

Faizi, T., & Abedini, S. (2010). Investigating emotional intelligence and social capital (case study). *Journal of Economics and Business, 1*(1), 58-43. (Persian)

Goleman, D. (2004). What makes a leader.". *Harvard Business Review*, 76(6), 93- 102.

Hadizadeh Moghadam, A., Raminmehr, H., & Hoseini, S. (2009). Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial orientation among the employees of oil company-affiliated organizations. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2(2), 139-162. (Persian)

Hill, M. E. (2003). *The development of an instrument to measure entrepreneurship: Entrepreneurship within the corporate setting.* Thesis Master in Industrial Psychology, Rhodes University, Makhanda, Eastern Cape, South Africa.

Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, *33*(4), 692-724.

Kamalian, A., & Fazel, A. (2011). Discussing the relationship between IE and students entrepreneurship. *Entrepreneur Development, 3*(11), 127-146. (Persian)

Kashif, M., SHukran, S. H. S.W., Rehman, M. A., & Sarifuddin, S. (2015). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: A PAKSERV investigation. *International Journal of Bank Marketing, 33*(1), 23-40. (Persian)

Leiter, M. P., & Bakker, A. B. (2010). Work engagement: Introduction. In A. B. Bakker (Ed.) & M. P. Leiter, *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 1–9). Psychology Press.

Mokhtaripour, M. (2005). Management and leadership with emotional intelligence. *Tadbir, 16*(165), 87-85. (Persian)

Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, *30*(3), 97-104.

Norouzi, H., Moshabaki, A., Khodadad Hosseini, S., & Kordnaeij, A. (2013). The relationship between emotional intelligence capabilities and organizational entrepreneurship: A case study of iran's commercial automotive industry. *Innovation Management Journal*, 1(2), 39-64. (Persian)

Porkiani, M., Amiri, A., & Azarpor, F. (2015). Examining the relationship between emotional intelligence and organizational entrepreneurship in employees of kerman university of medical sciences. *Journal of Hygiene and Development, 2*(3), 214-222. (Persian)

Rahim, M. A., & Minors, P. (2003). Effects of emotional intelligence on concern for quality and problem solving. *Managerial Auditing Journal, 18*(2), 150-155.

Rezaian, A., & Keshtegar, A. (2008). A study of the relationship between emotional intelligence and organizational commitment. *Business Management Perspective Management Perspective, 7*( 27), 27-39. (Persian)

Safarzadeh, S., Naderi, F., Asgari, P., Enayati Mir S., & Heydari, A. (2012). The relationship between innovative organizational climate and job enthusiasm with organizational civic behavior in women. *Women and Culture, 4*(14), 82-69. (Persian)

Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., Hoogduin, K., Schaap, C., & Kladler, A. (2001). On the clinical validity of the Maslach Burnout Inventory and the Burnout Measure. *Psychology & Health*, *16*(5), 565-582.

Taghipour, A. (1999). A *study of the relationship between organizational culture and job motivation, job enthusiasm and innovative behaviors mediated by psychological empowerment in the employees of the national iranian drilling company*. Thesis Master of Industrial and Organizational Psychology, University Shahid Chamran, Ahvaz, Ahvaz, Iran. (Persian)

Tenenhaus, M. (2004). PLS regression and PLS path modeling for multiple table analysis. In *COMPSTAT 2004-Proceedings in Computational Statistics* (PP. 489-499). Heidelberg: Physica.

Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 177-195.

Yarahmadi, P., Kolangi Miandare, H., & Hoseinifar, S. H. (2016). Haemato-immunological and serum biochemical parameters, intestinal histomorphology and growth performance of rainbow trout (Oncorhynchus mykiss) fed dietary fermentable fibre. *Aquaculture Nutrition*, *22*(5), 1134-1142. (Persian)

Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., & Moustakis, V. S. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 15*(6), 595-618.

Zia al-Dini, M., & Ramezani Ghomabadi, S. (2013). Enrichment model and job attachment to measure the tendency of employees to leave the service. *Strategic Management Studies, 15*, 199-77.